

# 莹辉照明

BRIGHT LIGHTING

2011.11 月刊 总第028期

BRIGHT 全国免费服务热线  
800-820-6230  
www.brightlighting.net



百得诗特  
BRIGHT YOUR HOME

品味非凡  
传承之美

## STARRY SKY LOVE

### 星空恋曲

清澈如水晶般的灯罩，  
在光线的折射下透出七彩，搭配玫瑰金的灯体，  
使瑰丽色泽光彩炫目，如星空中散出光芒

## 董事长专访

点亮思想 开启未来光之谷

莹辉集团与日本大光  
战略合作升级

## LED's PRO红动中国

莹辉照明首家旗舰店  
即将拉开序幕

唯美简约 新风尚  
2012百得诗特产品线全面拓宽



BRIGHT  
莹辉照明

LED's  
PRO



莹辉照明集团/永莹辉贸易(上海)有限公司/上海莹辉照明工程有限公司  
地址:上海市普陀区曹杨路648号/咨询热线:800-820-6230/网址:www.brightlighting.net

本公司所有在售产品均投保产品责任险1500万元人民币  
SEMKO NEMKO CE

图为上海莹辉照明应用中心



## 星光 点亮家的未来

华灯初上，一个城市最美的时刻  
但往往更多的是一种表象  
我们应该丰富内涵  
提升节能环保的生活品质，与自然和谐永续共存  
每个人改变一个观念，每个家庭换一盏灯，便能换来一个未来

### LED's PRO 星光系列 360°球泡灯

1. 全方位照明，倍感舒适
2. 无眩光，散热佳
3. 不散发紫外线，更无汞污染
4. 造型时尚，轻巧耐用
5. 寿命长达35000小时



STA-009-01 ■ 暖光 3000K  
STA-009-02 □ 白光 5000K

功率	输入电压	光束角	灯头	可替代光源
4.7W	220V	360°	E27	白炽灯40W



专利产品 仿冒必究

# 莹辉照明

BRIGHT LIGHTING

2011年11月刊 / 总第028期 / 逢单月5日发行

## CONTENTS 目录

### 特别企划 Special Planning

01 董事长专访——点亮思想 开启未来光之谷

### 莹辉报道 BRIGHT Reports

03 光耀视界，与您分享  
2011年上海国际照明展 莹辉照明LED产品受追捧  
LED's PRO首次公开亮相灯博会 全系列产品赢得好评  
2011香港国际灯展

05 莹辉集团与日本大光战略合作升级  
与莹辉 话未来

09 莹辉照明论坛“新世纪绿色照明”  
LED's PRO红动中国  
LED新品发布  
招商政策

13 莹辉照明首家旗舰店即将拉开序幕

15 唯美简约 新风尚  
2012百得诗特产品线全面拓宽

17 强化终端软实力  
莹辉三期金牌店长教育培训回顾

19 维护您的利益 我们在行动  
维护知识产权 打击非法网站

### 绿色未来 Green Future

21 灯泡? LED, 进击  
全球光源向LED灯转换, 光源商业将会改变

22 家居装修新流行

22 广东省LED光源标准化技术委员会宣告成立

### 我和莹辉 BRIGHT and Me

23 设计无限大 未终结的完美  
——日本著名照明设计师中川卓士

27 艺术与生活的统一  
专访家装设计师刘炳琦

28 新店开张快讯

29 穿越时空的80后欧式混搭派

### 照明讲堂 Lighting Lecture

30 LED教室第一课  
户外庭院LED照明解决方案



总 编：徐志松  
责任编辑：丁建锋  
执行主编：易宇婷  
美术设计：司宏超  
撰 稿：温武桓  
张历均  
李华迪  
特约撰稿：前芝辰二  
中川卓士  
刘炳琦  
乔薇  
翻 译：顾鑫  
王娟



# 点亮思想 开启未来光之谷

## ——董事长徐振森先生专访



我们即将迈向第30个春秋，而这30年成就的知名品牌，与莹辉一直秉持的核心价值观和创业发展理念是分不开的。当然也就使我们想起了徐振森董事长，正如一位经济学家所说：“经营企业就是经营人生”，让我们一同来分享徐振森董事长的访谈，或许能点亮我们的思想，从中获取更多的感悟。

问：莹辉集团已经走过了百年企业三分之一的路程，你对集团的规划重点在哪里？

莹辉虽然快迈入第三十个年头了，但在这个严峻的照明行业里，每天面对来自于世界各地的同业竞争下，莹辉照明始终坚持品质即生命的理念，没有好的品质就不会有竞争力，没有竞争力就不会有市场，在坚守品质即生命的理念下，集团未来规划的重点在于掌握通路。谁掌握通路谁就是赢家，不是吗？十年前世界工厂在中国，现在世界市场在中国，莹辉在2003年开创中国市场并创立了百得诗特品牌，拥有扎实的品牌及通路。集团在未来将会投入更大资源，引进国际一流设计人才为中国市场设计出富有竞争力价值的一流产品。

问：国内照明行业的竞争越来越激烈，莹辉面对很多新兴崛起的竞争对手，如何利用自身强有力的竞争优势进行反击呢？

对莹辉集团未来发展方向会在扩大发展现有居家照明连锁店及商业照明市场的通路扩展。

面对国内照明行业竞争之激烈，集团自2011年开始投入大量的人力与资金，扩大聘任国内外照明尖端研发团队，并预计在2011年底完成高端LED照明自动化生产工厂，开发出一流的产品加上制程之垂直整合。本着莹辉团队创新，诚信，和谐，感恩的企业文化理念，更加有信心面对各种挑战。

问：节能环保是当下最热的话题。作为亚洲地区首家在香港上市的照明企业，莹辉在环保节能领域有哪些举措？您如何预测照明行业的未来？

每家企业需先做好自身节能减碳，更何况身为照明行业的莹辉更须加快及加强推动相关节能产品，集团在2006年已投入相关节能产品研究，同时也是国内照明行业首家取得通过ISO14000环境保护认证的照明生产商。要做好节能减碳必须从自身做起，不是吗？莹辉照明历经5年大力投入，截止到目前已达近500种LED照明产品适用于360度全方位之居家及商业照明。

我个人认为照明行业在目前是机遇又是挑战。不做节能产品即会走入末路，进入节能产品领域又须投入大量人力物力资金等，而LED产品就如3C产品更新换代的速度太快，风险也随之加大。照明行业本身就有很大竞争，如今LED改变了照明世界，原本不是照明行业的企业也加入这个战场，相对也必须准备好两件事：“本”、“事”，有本才会有事，不是吗？

问：莹辉集团开创百得诗特以来实际就是向中国的中产阶级推广欧洲古典文化，以及塑造品牌的过程，您的经验是什么？

莹辉集团自开创（百得诗特）品牌已进入第10个年头了，本着坚持品牌路线，有幸得到业界及广大客户的支持，保持稳定成长，目前全国已有近300家专卖店。以往集团一直专注欧美日市场，董事会在今年决议重点发展中国市场，所以我将带领我的团队加大、加快扩张中国市场。品牌战是需投入很多资源，好的产品、好的质量、好的服务，坚持维护专利权，充裕的库存，顺畅的物流，末端价格体系的维护等都缺一不可。莹辉是第一家进入照明连锁及全国统一售价、统一陈列模式的企业，要做到以上这些不是容易的事，只有坚持再坚持。莹辉集团将继续投入大量人力物力，开发更多商业照明产品应用于全方位360度照明解决方案，将创造用户、经销商、莹辉三赢的未来！

问：如何看待目前国内政府对于房产的一些政策，对于莹辉集团最大的机会是什么？

对于政府推出的房产政策，我认为好事。小坪数的住宅将推动销售量的提升，照明产品设计及价位的对应调整等对照明行业会有所改变。我认为这对莹辉集团将是个好的机会。我们有绝对适合小坪数住宅，又节能、又美观、又便宜的360度全方位套餐式居家照明产品，另我们还扩大了上海莹辉照明应用中心海内外专业照明设计师团队，不论产品、人才，莹辉照明都准备好了。☑

光耀视界  
与您分享  
GLORIOUS  
VISION  
TO SHARE  
WITH YOU

## 2011年上海国际照明展 莹辉照明LED产品受追捧

2011年7月6日至9日，莹辉照明作为亚洲地区首家在香港上市的照明企业，携旗下多个照明领域的LED节能产品以及照明应用解决方案，精彩亮相上海国际照明展览会。莹辉照明令人惊艳的LED产品设计以及品牌理念赢得了业界争相追捧。



此次亮相的展位设计感十足，把温馨、舒适、环保节能的生活表现得淋漓尽致，在整个展会中独领风骚，且让参观者流连忘返，赞不绝口。

莹辉LED照明产品更是成为现场的一大亮点，引得各方来宾驻足询问。展览期间不仅赢得来自国内经销商的热烈追捧，还有客户需要我们帮助进行大型节能改造项目。更让人惊喜的是，此次展品受到来自美国、英国、德国、印度、韩国、泰国等全球多个国家和地区客户的青睐。他们对于莹辉设计精湛独特的产品兴奋不已，并迫不及待在展会结束后尽快对莹辉集团进行实地考察，签约合作。

不同于其他品牌通透亮、强势锐利的光感设计，莹辉的展馆温馨而舒适。莹辉照明在满足绿色、节能、健康的功效性基础上，还要追求舒适性。莹辉照明一直秉承创新理念，且注重设计以及品质，将科技精粹灌注于其中。无论是商业照明还是家居生活，莹辉都给予适合其需要的产品以及解决方案，一起用灯光创造美好未来!

2	4
3	

1. 展会现场
2. 360° 球泡灯受国外买家追捧
3. 产品研发人员为客户介绍台灯
4. LED灯泡吸引瞩目

光耀视界  
与您分享  
GLORIOUS  
VISION  
TO SHARE  
WITH YOU

## LED's PRO首次公开亮相 全系列产品赢得好评

### 第十届中国·古镇国际灯饰博览会暨LED应用展



2011年10月18日至21日，LED's PRO产品首次亮相古镇国际灯饰博览会，借此莹辉集团向国内市场宣告此品牌的强势入驻。展会第一天，董事长徐振森先生莅临现场指导工作，并接受了《照明周刊》专访。本次展览莹辉集团继续秉承“绿色环保、亲近自然”的品牌理念，展馆总共囊括五大区域三大展示柜：居家客厅、居家餐厅、商业量贩、商业餐饮、户外、筒灯展示柜、珠宝灯展示柜、光源展示柜，集中展现了24个系列，76款产品。主色调为白色，辅以绿色，造型简约大气，馆内墙角全部用绿色小方块构成装饰画面，很好的诠释LED照明技术。结合新品牌LED's PRO的LOGO，全面推进品牌形象识别工作。大幅产品解说海报直观展现产品外观特写，同时方便观众阅

读相关产品参数。展馆所有灯具色温为3000K，营造倍感舒适的居家、卖场光空间。

本次展会采用产品展示与情景展示两种方法结合，在有限的空间内将产品外观、照明效果、产品说明一一呈现给客户。透过这样的展览，更直观的将“品质即生命”的企业价值理念传递给客户。为期四天展会受到多家媒体报道采访，同时收到近300家国内外工程单位、经销商的意向合作要求。

1. 人流量络绎不绝的现场
2. 董事长接受媒体访问
3. 新品向客户解说产品

## BRIGHT LED's PRO 2011香港国际灯饰展 ——全亚洲最大的灯饰展

### HONG KONG INTERNATIONAL LIGHTING FAIR 2011

时间: 2011年10月27-30日  
Time: 27-30 October 2011

展位: 1C-E02  
Booth Number: 1C-E02

香港会议展览中心  
Hong Kong Convention and Exhibition Centre



图为莹辉集团与日本大光电机株式会社签约仪式

# 莹辉集团与日本DAIKO 战略合作升级

为进一步扩大全球照明市场，中国照明行业首家上市企业莹辉集团与日本优秀照明企业日本大光电机株式会社于2011年4月在上海照明总部——莹辉照明应用中心，共同成立BRIGHT+TACT照明设计运用中心。结合两家公司对照明应用工程与配光设计领域的深度合作加大市场开拓力度。借助两家公司多年在照明市场的经验，致力于教育及提高全球照明水平。莹辉与大光将在产品研发生产、照明设计等方面进行全方位战略合作，通过双方强势平台之间的密切互动，为广大客户提供精心整合的照明产品以及更优质的光环境体验。

此次战略合作升级是莹辉集团在中国市场推进策略的又一具体体现。莹辉和大光达成的多方位合作将整合彼此的资源，发挥各自优势，让客户受益，与企业共赢。

● 链接——其他媒体报道

## 大光电机向中国正式进出LED照明 与香港企业合作

作为大型专业照明灯具公司的大光电机（位于大阪市中央区），于7月1日发表公告，宣布和香港上市企业莹辉集团进行业务合作，以强化中国市场。大光电机派遣约有10人员常驻莹辉公司，支持其照明灯具的设计与照明效果的设计等等。

大正15年创业的大光电机，生产各类照明灯具，一直以来以国内为中心销售。近几年来，致力于LED照明（二极管），平成22年的销售额提升至272亿日元。

委托莹辉集团生产照明灯具已有10多年，并新设置了大光电机

专用LED照明生产线。新生产线生产的产品从5月份开始向大光电机提供，今后将强化支持设计方面，加深两司之间的友好合作。

业务合作书于6月2日已签订。3位设计担当者在上海事务所长驻，技术开发担当3人也将在中国国内工厂长驻，将来大约会增加至10人。

大光电机委托莹辉集团生产的产品总金额，今年计划为5亿日元，明年目标为10亿日元。今后将通过莹辉不断来增加在中国的LED照明产品销售。

来源：2011年7月2日 日本《产经新闻》

## 扩大在中国的生产委托 OEM的交易金额预计2年后达到23亿日元

大光电机拓展了在中国生产的二级管（LED）照明的生产委托业务，和当地OEM（由合作伙伴莹辉集团生产）的贸易金额预计从2011年3月的1亿日元将增长到2013年3月的23亿日元。全部产品出口到日本，主要以店铺、家庭为出售对象。由于在中国的扩大生产，降低了成本，以应对日趋激烈的价格竞争。

生产委托方是在中国广东省拥有生产基地的莹辉照明集团，今年5月份开始增加了对该集团产品设计的支援。在2012年计划派遣到莹辉集团的技术人员从目前的3人增加到8人。

大光电机现在出售的LED照明大部分产品数量是由日本协力公司供应。但与日本生产相比，委托给中国企业将会降低大约20%的生产

成本。

在日本主要生产设计性高的产品，在中国生产一般价格的产品。今后以价格竞争为中心的产品将在中国生产的比率会提高。

大光电机2011年3月LED照明营业额连续上涨，占总营业额的20%。预计，2012年3月销售额能达到总营业额40%；2013年3月LED国内销售额上涨至上半年营业额的40%（即170亿的4成）。由于东日本大地震和核电站事件出现了电量不足问题，致使LED节能照明市场迅速发展。仅以价格低为武器的自有品牌（PB）也增加了，铺面租金一年比一年低，价格竞争也越来越激烈。

来源：2011年10月21日 日本《产经新闻》

## LED在中国OEM的购置 向当地厂商提供技术支持

大光电机在中国从事LED照明的OEM生产，扩大生产成本低的中国技术生产基地，对当地的照明厂商提供产品设计技术支持。产品反销日本国内市场，通过LED照明需求的不断扩大，开始着手于办公室、店铺、家庭照明等领域不断投入的计划。灵活运用OEM使生产成本削减，产品的价格也随之下降。2011年销售额与前年相比增加约30%，销售目标增长为100亿日元。

针对中国OEM生产的开始，大光电机在上海设置了技术基地“上海TACT”，派遣3人LED照明技术者长驻，同时向莹辉集团提供设计技术，5月末在莹辉开始着手OEM生产。（莹辉集团是总部在台湾，且在中国广东省持有生产基地的照明厂商。）

已开始销售6种店铺用照明灯具，由当地派遣的技术人员担当设计工作，确保产品具有日本市场通用的设计与性能，也将使生产成本比国内生产削减15%。

今后OEM产品购置量，预计将持续上升。今年10月与2012年1月预计OEM的生产产品将增加，TACT技术者人数从3人将成倍增加至6人。

大光电机LED照明原本只在大阪市总部工场生产，引入OEM产品后，会努力扩大多层次价格的产品群。同时，决定向7-11便利店、东京电力管内的店铺内导入LED照明，承包商也提案导入LED照明来节约电力，使国内LED市场急速扩大。大光电机OEM产品的增加，缓解国内需求的同时，也为将来进入海外迈出了第一步。

大光电机2010年的业绩比前年增加了18.3%（272亿日元）。2011年的业绩目标比去年增加4.8%（285亿日元）。其中，LED照明的销售额为100亿日元，从而提高整体事业的发展。

来源：《大光电机》

# 与莹辉 话未来

文/前芝辰二 社长 译/王娟

截至2011年，莹辉集团与日本DAIKO的友好合作已经走过了十六个年头，其间通力合作，协力同心，建立了互相信赖、互相扶持的良好关系。于是，我们决定自今年五月起，将双方的合作关系升级，发展到一个更高效更亲密的阶段。作为新阶段的起点，DAIKO从五月份开始，向上海莹辉派出了3名资深照明设计师，全力支持莹辉集团各个照明工程项目的工作。并且，DAIKO决定派遣灯具产品设计师支援莹辉集团产品部门，互相学习，共同进步。同样，莹辉集团源源不断的向DAIKO提供高品质的LED产品。莹辉集团与日本DAIKO秉持共同的绿色环保节能的价值观，我们可以充分利用各自的优势，加深双方在节能环保新产品、新技术方面的合作，努力实现企业经济效益、社会效益、环境效益共赢的目标。我们之间的合作关系是以往任何公司都没有过的，只有莹辉集团和日本DAIKO才能实现，这是通过十几年亲密无间的合作积淀而成的。我对双方今后的发展充满了无限期待。

近年来，日本经济发展原本处于持续低迷期。在这样的境况下，日本东北地区却又遭受了大地震。核电站运营的停止，使缺电的问题变得尤为突出。这也给照明领域带来了极大的影响。LED照明产品由此登上了更为广阔的舞台。

三年前LED照明产品在日本就已经进入了实用阶段。本次的核电站问题导致的电荒，更是加速了LED照明产品的成长。整体销售额从2009年的100亿日元，到2010年的500亿日元，2011年将突破1500亿日元，从这些数据可以窥见其发展速度之快之猛。

节能省电已经成为时代的主旋律。在此大的潮流中，LED照明产品备受期待。同时，大家也都在反省日本的街道以及住宅以前是不是有些过于明亮了，正大幅度地推进对整体上明亮度进行的重新考虑。整体上节省照度的同时，在必要的场所配备必要的光，灵活运用LED照明产品。为了实现这一目标，LED照明产品和照明设计变得越来越重要。这一趋势不仅存在于日本，在中国越来越多的人也开始反思，开始发现节能照明是如此重要。

莹辉集团和DAIKO的战略合作升级，正是顺应了时代的需求的产物。对于双方之间未来的发展，请诸位拭目以待。



大光电机株式会社 社长 前芝辰二

DAIKO COMPANY PROFILE	
公司名	大光电气股份有限公司
成立时间	1948年
社员人数	750名
营业内容	照明灯具的制作及销售
销售额	2009年 230亿日元 LED销售额 14亿日元
	2010年 272亿日元 LED销售额 62亿日元



照明设计/非标产品设计的专业人员

Lighting Design Staff

“大光电机株式会社”灯具设计团队TACT共有100名设计师，为商业设施、公共设施、住宅空间方面提供专业照明方案。根据顾客需求、利用空间概念制作整体的基础照明、灯具设计、施工设计、最终效果等方面的业务，并获得顾客的高度认可。日本大光计划派出八名设计师加入莹辉集团协助国内照明事业的发展，现已有三名设计师入职上海莹辉。



## 业务内容

1 企划提案

- 工程现场情报收集 (现场调查)
- 和客户达成共识 (介绍说明, 室内效果图的验证等)
- 拟定照明概念方案 (概念方案联络单)

2 创意设计

- 根据需求进行照明策划 (灯具及配灯)
- 非标灯具的提案 (创意提案)
- 等照度分布图
- 电脑模拟效果图制作及验证

3 具体化设计

- 绘制非标灯具的结构图以及报价单 (创意图, 结构图)
- 光模拟确认

4 制作·施工

- 灯具制作工序确认 (灯具组装确认)
- 品质, 施工状况的检查 (现场检查)
- 性能安全性确认 (现场检查)

5 现场施工

- 照明调整
- 现场照度验证

# BRIGHT

## 莹辉照明论坛-新世纪绿色照明

莹辉照明 光耀三十年 暨LED's PRO发布会

在日新月异的照明科技浪潮中，  
 莹辉即将迎来第30个寒暑，  
 秉承节能环保理念，  
 推广绿色照明科技，  
 集团致力于研发设计低碳光源的照明产品，  
 以实现环保节能的愿景。  
 值此金秋收获之季，  
 谨与社会各界共襄盛举。  
 在此，  
 盛情诚挚的邀请各地经销商参与，  
 莹辉照明论坛——  
 “新世纪绿色照明”！

# LED's PRO

## 红动中国

继莹辉集团成功推出百得诗特、百照王、莹辉照明家居、商照品牌之后，积蓄多年海外市场功力，不断创新改良设计以及生产技术，于2011年金秋十月向国内市场隆重推出LED's PRO。

此品牌形象以红、黑两色为主要色调，对比鲜明，稳重大方，还不失时尚新潮之感。LOGO形象结合LED照明技术，由一颗颗类似于灯珠的点组合成整个LOGO，表达点光源到面光源的一种变化。“PRO”为英文单词“professional”的前缀，释义为“职业的，专业的，具有某专业资格的人，专业人士。”寓意莹辉集团在LED照明领域精益求精的一种态度，代表产品品质优良，能够给客户带来增值享受，让客户感觉到传统照明享受不到得便利和氛围。更深层次的表明我们以厚积薄发之力，争做行业领军人物的愿景。

最新的产品目录共收纳36个系列产品，涵盖轨道灯、筒灯、格栅灯、珠宝灯、户外照明、间接照明、装饰灯、光源等类型。LED's PRO产品全部采用Nichia和CREE的芯片，寿命长达40000小时。白炽灯、荧光灯会因为钨丝、电极的劣化而断线，导致无法亮灯。相比之下，LED只会随着时间的变化光通量衰减，而不会出现突然无法点灯的情况，即便使用了40000小时，也还可以持续亮灯。LED's PRO照明器具中，部分产品可以更换光源。使用LED独立光源产品，可以像白炽灯、荧光灯一样简单地更换光源（仅限于指定光源）。LED's PRO照明器具以及LED光源保修期为自购买日起五年，为同行业之最。

伴随着中国LED照明时代的来临，积蓄三年之久的内功修炼，莹辉集团化挑战为契机，自主研发设计各领域LED照明产品，建立高端产品体系，高瞻远瞩寻求差异化的发展之道，逐步明确品牌意识，LED's PRO的未来必将红动中国。G

### 新品发布 NEW PRODUCT LAUNCHES



Corso  
科尔索



Pearl  
明珠



Esterna  
埃斯提纳



Taylor  
泰勒



Alfa  
阿尔法



Star  
星光



## 01 结合创意与科技 设计出最具独创性的产品

拥有独具创意、设计新颖和经验丰富的设计团队，准确地针对各地区市场需求及特质，开发设计款式新颖及适合消费者品位，不同档次的住宅照明、酒店照明及商业照明的新产品以及专业的照明方案。努力创造让客户满意的照明空间。

## 02 专业制造与自动化生产 世界最先进的生产线

SDM 插片机  
AI DPI Line AI 插件线  
DIP Line 插件线  
SMT Line 贴件线  
Packing Line 包装线  
Air Painting Area 真空喷漆



## 03 品质即生命 所有产品均享受五年质保

符合美国 UL 检测标准  
POWER AGEING TESTING 电源老化房  
Ageing Testing 老化测试房  
Power Inspection 电源检测室  
Photometric Testing 配光曲线室  
Heating Testing 温升测试室  
Electronic & Power Development 电子 & 电源开发



# LED's PRO 招商政策

## ■ 加盟资质

项目	体验店	专卖店	授权店
目标定位	全面 LED 体验式展场	品种齐全形象专卖	品牌授权销售终端
目标市场	全国各区域中心城市	全国重点城市	其他城市
经营面积	≥ 80m <sup>2</sup>	≥ 40mm <sup>2</sup>	独立区域
首单进货	≥ 20 万	≥ 10 万	≥ 6 万
业务人员	≥ 4 人	≥ 3 人	≥ 2 人

## ■ 加盟权益

特许专卖权 享有“LED's PRO”品牌专业产品的特许专卖权

### 形象使用权

免费使用“LED's PRO”店面形象设计和 CIS 系统的权利品牌专业产品的特许专卖权

### 区域保护

总部遵循市场规划原则，对经销商严格实施市场保护

### 装修费补助

享受 300 元/m<sup>2</sup> 以上的新店开张店面装修补贴

### 样品优惠

享受新店样品进货折扣优惠

### 业绩返利

经销商完成合同约定的进货总额，总部给予一定的返利

### 市场支持

经销商享受总部的各项市场支持政策

### 产品品质保障

整灯 5 年质保，超强品质保障，免除经销商后顾之忧

### 工程支持

经销商在完成工程报备后，可享受工程专项支持



# 莹辉照明 首家旗舰店 即将 拉开序幕



莹辉照明首家精品灯饰旗舰店，很快迎来开业典礼！该店建筑面积达到480平米，将为消费者提供360度的全方位照明解决方案。全系列灯饰展示区、家居情景展示区、吸顶灯展示区、精品灯饰展示区，还有首次亮相以LED产品为主的LED's PRO产品展示区，覆盖莹辉集团所有家居照明产品。

早在去年年底，莹辉集团就开始规划Expo超级旗舰店，最终选定具有天时地利优势的虎门港口路店，周边比邻虎门镇闹市区，繁华街道、高档会所公寓。这是莹辉集团百得诗特品牌进驻中国市场多年来规模最大的一次重装升级。整个设计方案凝结了莹辉集团各个部门工作人员的心血，耗时3个月全力打造全国首家莹辉照明精品灯饰旗舰店。

## 采用国际最优动线设计避免“绕弯路”

百得诗特美帝新店从2008年开店以来，一直是虎门镇中心城区的一道亮丽的风景线。此次重装升级采用目前国内外先进设计理念，在整体布局上强调人性化、舒适性购物体验。为了避免让消费者走回头路、绕弯路，让消费者能够最便捷地到达目的区域，莹辉照明精品灯饰旗舰店特意采用了国际最优动线设计。此外，莹辉照明精品灯饰旗舰店还采用了全开架式陈列，宽敞舒适，消费者可以从容地在卖场点灯体验，满意之后再购买。

## 超豪华家居体验馆

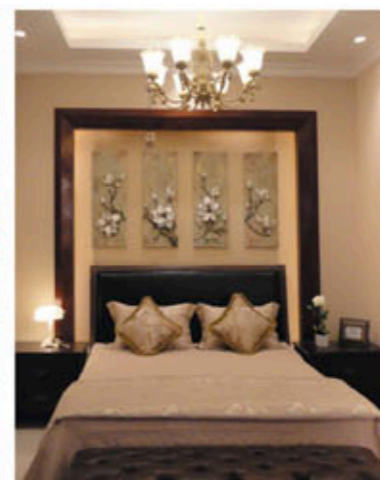
家居体验馆是此次升级的另外一大亮点，更加直观形象地将消费者梦寐以求的家居生活情景展现出来。您可以在这里体验门厅、客厅、餐厅、书房、卧室等房间的照明装饰设计，感受一种来自欧美大陆的家庭情调。如此吸引人的场景还聚集了欧美高端家具品牌塞纳左岸、至臻完美的配饰，如果消费者逛累了，可以在这里享受一杯醇醇的咖啡，边听导购为您讲解。

## 商业照明产品与欧式花灯相得益彰

据介绍，莹辉照明精品灯饰旗舰店内采用开放式展柜设计，囊括了百得诗特、LED's PRO、塞纳左岸全系列产品，拥有超过1000种单品，涵盖了目前全球最潮流、最新颖、最节能环保的商业照明产品，包括筒灯、射灯、光源、户外灯以及尖端LED照明商品，适合家居、办公、商业量贩、酒店会所等场所，向消费者传递科技型环保型的体验感受。把莹辉集团360度全方位照明的理念融入了整个店面设计，同时消费者还能在此分享照明工程案例，从装饰照明产品到专业照明产品，再到整体照明规划，消费者都可以在此一站式体验。



莹辉照明精品灯饰旗舰店建设是莹辉集团发展战略的体现，也是经销商提高销售业绩的途径之一。目前莹辉集团正逐渐转向以市场细分为目标的精准性连锁发展模式。



		1
		2
3	4	5

- 1. 玄关
- 2. 卧室
- 3. 餐厅
- 4. 卧室
- 5. 客厅

NEW STYLE IS SIMPLE AND AESTHETIC

# 唯美简约 新风尚

## 2012年百得诗特产品线全面拓宽

①  
科隆



COLOGEN  
科隆

科隆是德国最古老的城市，从中世纪至今科隆成为德国一个重要的教会、艺术和教育中心，同时也是包容异己极为自由的城市，其中科隆最著名的哥德式建筑科隆大教堂，以直立尖耸的线条的高塔及大量运用筋骨穹窿、尖拱形窗户，使得哥德式建筑出现了大量的锐角组合，因而建构出轻快、灵巧与上升的力道，从而创造出哥德式建筑特有的动感与旋律。设计师将哥特式建筑特色，高塔及筋骨穹窿、尖拱形窗户的巧妙的转换运用于此灯中柱部分，并柔化线条，让哥特式建筑更贴近生活。

②  
秋日金钱花



AUTUMN  
JINQIAN FLOWER  
秋日金钱花

“占得佳名绕树芳，依依相伴向秋光。”  
古人罗隐的金钱花中道出金钱花在萧瑟的秋天，百花凋谢，它却丛丛簇簇，娇美开放，为秋天增添了光彩。美的让人想收藏，无奈却只在秋天绽放。设计师希望金钱花的盛开的娇美不止在秋天才能一亲芳泽，将此元素运用于灯具中，让金钱花的娇媚仰头即赏。

为了满足更多的客户需求，让所有的国人能够享受到高品质的百得诗特产品，2012年百得诗特产品线全面拓宽，推出简欧风、水晶风、铜灯风来填补市场空缺。坚持古典欧式风十年之久的百得诗特，集结国内外上百名设计师，拥有专业制造与自动设备的生产线，全力打造最时尚、最潮流、最尖端的产品体系。

充斥在复杂万变的岁月中，简单已成为人们的一种向往。或选材简单，或造型简约，却不乏强烈的个性和独特的魅力，让人觉得它富有创造力和想象力，这就是简欧流行趋势带给人们的灯饰印象。简欧强调简单而不单调，简约而不孤寂，简化而功能齐全，如同大师的笔法，寥寥勾勒几笔，便是一款令人赏心悦目的珍品。简欧代表作：科隆。八头主吊灯极好地诠释了简欧的意蕴。透明玻璃灯罩与简约如哥特式弓股穹庐相互映衬下，看似极其简单，却情趣无穷。

如今仍然有很多人对于华丽璀璨的物品及装饰尤其向往追求。2011年百得诗特最新款产品“戴安娜”和“重返凡尔赛”融入了水晶元素，更好地诠释了欧式灯的奢华享受。气质典雅高贵，具有王宫贵族的神采意蕴。

在市场的强烈要求下，百得诗特推出“罗亚尔”全系列金属铜产品。此系列主体元素由金属铜构成，与棕色玻璃罩交相辉映，形成古朴而婉约的风格特色，让那些使用传统欧式古典装修风格风格的业主有了不一样的选择。

# 强化终端软实力

## ——莹辉三期金牌店长教育培训回顾

店长店员的素质直接关系到终端销售与服务的质量，因此莹辉集团非常看重对终端软实力的修炼，既能更有效地树立企业形象、品牌形象，更能帮助店长店员们学习更多的照明知识，提升专业素质，为她们的职业晋升打下良好的基础。最重要的是，透过有效的教育训练，帮助经销商在销售上更能无往不利，提升成交率。

莹辉集团策划半年之久的金牌店长教育训练在2011年5月开始了第一期教育训练，通过总结经验教训，截止发稿前已圆满进行了三期教育训练，获得了广大经销商和店长店员的一致好评。

### 第一期 2010年5月30日-31日

文/张历均

久经筹划的首届金牌店长培训活动在5月30日正式开始，这次活动得到了莹辉集团的高度重视。

第一天上午，迎来首批华南地区金牌店长。一下车，大家就被莹辉集团总部的形象深深震撼了，争先恐后的要求拍照。在培训人员的带领下进入了会议厅，首先是由市场销售部经理为店长们系统介绍莹辉集团的总部管理、工厂概况、产品生产、企业文化等方面信息。在这个环节里店长们听得格外入神，并不停地提问做笔记。

企业文化课结束后，马不停蹄开始进入参观工厂环节。作为一名店长，作为一名优秀的销售人员，必须要了解自己销售的产品，知道其生产工艺，制作特色。在参观过程中，店长们纷纷提出在销售过程中遇到的种种灯饰问题，并得到各部门主管的详细解答。通过参观工厂，店长们了解到百得诗特的灯饰不论材质、安全系数、生产标准等都远远高于国际标准，往后的产品售卖中，可以有理有据地向客户详细介绍灯饰。

在品牌课程上，授课老师采用互动教学，生动地将品牌理念、销售技巧、礼仪等知识传授给店长，时不时引发一阵掌声、笑声和激烈的抢答，将课程的气氛推到了顶点。

金牌店长培训活动时间两天，在课程的安排上可是花了很大的功夫。为了在有限的时间里让店长能获得他们所需要的销售知识，授课老师将各个环节的精华内容浓缩，集中灌输。店长们纷纷表示此次教育训练收益匪浅，并且希望有进阶课程可以继续参加学习。



1  
2  
3

1.华南区金牌店长风采  
2.徐协理在向店长们讲解制造工艺  
3.第一届金牌店长毕业班合照

### 第二期 2010年8月2日-3日

文/张历均

2011年第一期金牌店长教育培训活动（华南区）获得了来自各界的好评，在分析与总结各个课程内容、时间安排等方面的优缺点后，莹辉集团市场部整合资源修改完善方案，于8月2日迎来了第二期金牌店长教育培训活动（华东区）。

此次培训的第一节课加入光源知识的梳理，帮助店长们拓展照明知识的广度，锤炼照明知识的深度，以便她们在日后的工作中提升专业素养、应答如流。浓缩莹辉30年企业文化的历史展厅是不可少的环节。只有在莹辉集团亲眼目睹那些见证每一段历史的珍贵物件、



### 第三期 2010年9月14日-15日

文/李华迪

为期两天的全国经销商金牌店长第三梯次培训于9月14日隆重开幕！上午八点，开班仪式在莹辉A栋1F简报室正式举行，出席开班仪式的主要有市场部陈福泰经理，以及来自全国各地共15名学员和经销商代表，现场气氛活跃，激情澎湃。

此次培训，专门根据经销商和门店销售的实际需求定制课程内容，课程有莹辉集团简介、光源基础知识、导购基础、PK模拟等，讲师由徐协理、市场部陈福泰经理、产品组程婉婷经理强强组成。这不仅让经销商和学员们掌握了丰富的理论知识，也能让他们更好的了解莹辉、了解灯饰的专业知识，更让他们有针对性的掌握了导购的实战技巧，为业绩提升夯实基础。

除此以外，为了让各经销商和学员能更直接的感受我公司的企业文化、品牌内涵、公司理念，在培训期间还特意安排时间，组织专员带领学员们参观了商业照明应用展厅、工厂生产流程，观看企业宣传片等，学员们深入其中，无不为我司先进的生产工艺，规范的

照片，才能真正融入莹辉这个大家庭，感受到集团的辉煌以及悠久的历史底蕴。对于一个发展多年并在行业有一定建树的企业品牌，企业历史文化相当重要，也是能让消费者得到认同的重要因素之一。工厂参观又一次得到了强烈好评，店长们边参观生产过程边惊叹与复杂而精细的制作工艺，让她们看到了莹辉人用心创造的精神。

第二天的销售技巧培训课程上，陈经理为店长们解说如何进行品牌推广和促成销售。同时，鼓励店长纷纷提出导购时遇到的困难，工作人员将难题一一记录，然后逐个问题分析。店长们惊呼要是能早些来参加金牌店长培训，就能更早的获取知识，为客户解答了。

看到她们开心的笑容和临别时的感谢，我们由衷感到欣慰。也同时表明此次培训活动的圆满成功！



1 | 2

1.陈经理的授课现场  
2.店长们参观集团历史展厅

生产流程，浓厚的企业文化所感染熏陶，啧啧称赞。

为使学员们更好的学习，在培训期间的生活上，公司也给予无微不至的照顾。例如为每一位学员准备整套学习用品，安排入住公司最舒适的宿舍，提供水果点心和饮料，专门开设独立餐厅给学员就餐……这些举措，给学员们留下了深刻的印象。

我们坚信，通过一次又一次的专业培训，定能够让经销商不断提升业绩，更加巩固和集团之间的供销合作关系，进而让莹辉照明照亮更多的角落！



第三期金牌店长教育培训学员合照



# 维护您的利益 我们在行动

文/温武桓

## 维护知识产权

目前有个别厂家藉由百得诗特品牌知名度赚取非法利益，经由我司长期跟监调查已经于中山市横栏镇查获某地下生产工厂与仓库，并查扣其生产器具及成品，货值超过市价两百万元以上，此种行为已构成重大经济犯罪。全案已由刑事警察侦办处理中，百得诗特不论是商标以及产品均有申请专利，全面保护公司各项资产，针对各项侵权我司将严格追究所有法律责任，请各位切莫以身试法。



1	2	3
9		4
		5
8	7	6

1. 刑警侦防车
2. 成品采证中
3. 刑警拍照取证
4. 刑警询问厂家
5. 粗装杂乱无章
6. 没收灯具
- 7、8. 没收室公物仓的产品一角
9. 灯具颜色差异



## 我们努力打击非法网店的做法

1. 由专业律师、专职人员共计8人组成的团队，联合淘宝侵权平台共同打击非法网店，维护百得诗特品牌市场统一售价，保障经销商利益，规范市场秩序。
2. 截止2011年10月份，专案小组共关闭非法发布百得诗特产品的淘宝网数十家。获得显著成效，赢得广大消费者信任。
3. 近期，在利益的驱使下，部分曾被淘宝关闭的网店死灰复燃、另起炉灶，继续非法发布百得诗特产品。专案小组第一时间将其备案，并持续跟踪打击。
4. 莹辉集团为保护经销商利益，维护市场统一售价，坚决不做网络销售，并对于打击非法网购作业持续进行，绝不松懈！

淘宝网店上有许多卖家为了膨胀产品销售量，提升店铺信用，常常会制造许多的虚假交易纪录。如图所示，同一账号“姑”在13分钟内（2011年10月28日12:21-12:34）拍得同一产品（EF1033）6次，此为明显作假。

欢迎各经销商及广大百得诗特客户提供给我司非法网店线索，我司专案小组将为您维权申诉，并视具体情况颁发奖金，希望各位踊跃举报！

监督电话：0769-88623888-152

联系人：温先生



非法网店作假销售记录截图

## 我司产品与仿冒产品特征比较表：

我司产品	仿冒产品
CQC认证灯头，灯头负极弹片与螺纹壳分离，符合国内CCC认证安规	灯头负极与螺纹壳为一体，不符合国内CCC认证安规。因国内的零火线不分，消费者在安装灯泡时会出现触电危险，危及消费者生命安全
为国内CCC认证的电线，有安全保障	不符合国内的电压及安规，国内电压为220V，电线发热会导致电线外皮损坏而产生短路危险
电线上有加防火管，符合国内CCC认证要求，出线电线增加绝缘保护，电线尾端有贴零火线标	电线未加任何保护，不符合国内CCC认证安规要求，易产生触电危险
壁板颜色为电镀五彩，有防氧化处理，不易生锈，安装灯具更安全	壁板颜色为镀锌，无防氧化处理，易生锈，会导致无法承受灯具重量，而导致灯具掉落
本公司特有的专利结构，用一个拉伸牙牙路的华司锁住玻璃，再用弹头锁紧，双重锁装保护，结构更安全	直接用弹头锁玻璃，且因牙节偏短，牙节外露只有2个牙，结构不安全，如弹头滑牙则立即导致玻璃掉落，伤害消费者

**购买仿冒产品的危害：容易产生触电危险，危及生命安全，并且在发生危险情况时得不到完善的售后服务及保险赔偿。**

# 灯泡? LED, 进击!

## 全球光源向LED灯转换, 光源商业将会改变

越来越多的人不再把白炽灯泡看成是闪亮智慧的化身。在过去的一个世纪中, 白炽灯泡一直为人造光源的基本产品; 但现在, 耗能惊人的白炽灯泡注定将被由半导体驱动的发光二极管 (LED) 所替代。灯泡作为电力工业的一部分, 在过去的百年间长期依赖于单一技术, 因此, 光源的转化会很快到来。

在手机屏幕、电脑显示器和电视背光元件中, LED灯都已得到了广泛的应用。麦金斯基咨询公司最近的一次报告中估计: 到2020年, LED灯的市场份额将会占光源市场总额的59%, 而在2010年, 这一比例仅为10%。其产业利润将达到一千一百亿英镑 (一千六亿美元), 大约相当于全球电视机销售价值的总和。占光源市场最大份额的家庭“普通照明”, 工作照明和像路灯这样的街道照明三项叠加, 将成为占据光源市场总额的四分之三。

政策制度、技术进步和喜新厌旧的消费者是推动此次变革的动力。根据IMS研究机构, 飞利浦·斯莫伍得所作的报告, 世界上, 几乎一半的灯座上插着一只白炽灯泡。由于价格便宜, 安装便捷, 照射效果好, 传统灯泡在一百年间几乎没有改进。但一方面, 光源占全球电子消费的四分之一; 另一方面, 白炽灯作为有效光源的同时, 也释放出大量热量。美国、日本和欧盟诸国已着手计划将白炽灯逐步淘汰。其它各国也将效仿此法。

就效率而言, 紧凑的荧光灯被看好为传统灯泡的替代者。但对于家庭来说, 它的照明度却不能让人满意。消费者对它所发出的“冷”光也并不买账。而对其使用寿命较低也颇有微词。荧光灯所存有的少量有害水银同样逃不过法案制定者的法眼。两相比较, LED灯的耗电量仅为白炽灯的五分之一, 但使用寿命却是白炽灯泡的20-50倍。

当下的阻碍是价格因素。新型60瓦LED灯泡售价为四十多美元, 而普通灯泡的价格仅为一美元左右。但要指出, 其售价正迅速下降。根据美国能源部的统计, 新型科技产品应该会出现成本下滑。十年后, LED灯泡的售价将是当前价格的十分之一。

世界三大灯泡制造商——飞利浦, 德国西门子所属公司欧司朗和通用灯具公司——占据全球光源市场60%的份额。如此高的市场占有率却使这三家公司陷入进退维谷的境地。尽管LED灯比白炽灯利润空间更大, 但光源替代市场钟会趋于缩小。灯泡制造商寄希望于消费者能一见更新、更好的光源产品出现, 就立即更换, 而不是等到旧的灯泡使坏后再更换。

这些灯泡制造商大可不必太悲观。他们面对的前景是一片光明。麦金斯基预测: 全球光源市场在2010年总价值为六百九十亿美元的基础上, 十年后会增加60%左右 (特别是LED灯的相对高价)。斯莫

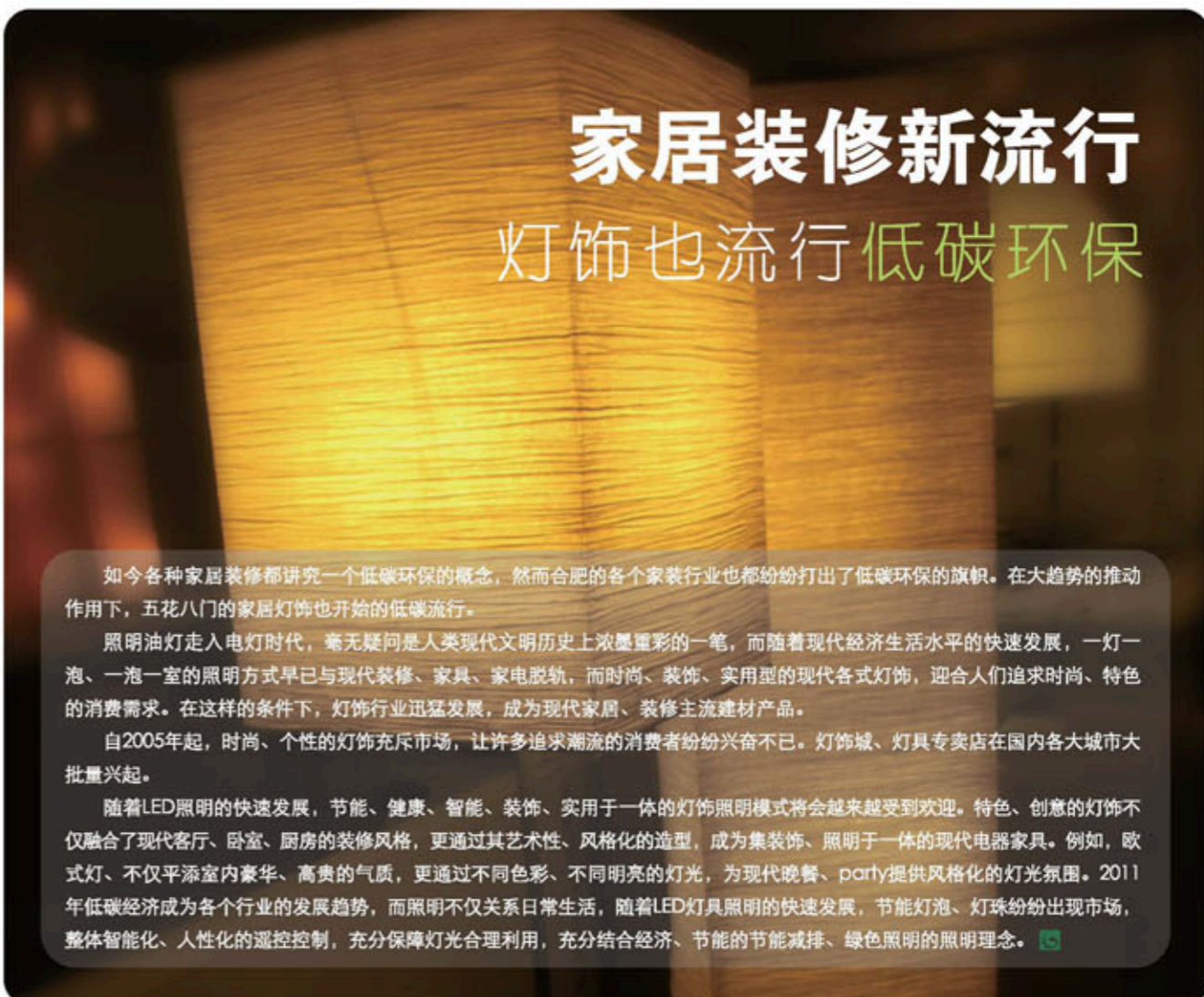
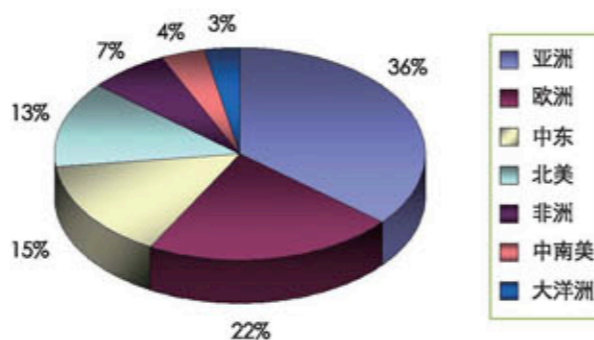
伍得先生指出, 财富的膨胀与灯具的增加紧密相连。平均每个美国家庭有四十二个电灯插座, 而平均每个中国家庭只有十五个。LED灯将会成为新的光源, 还会将老旧的电力设施连带更新。

尽管三大光源公司还存有资金、专利和专业技术上的问题, 但对已把LED灯归为其经营范围内的公司来说, 竞争是无法避免的。亚洲各个消费电子巨头, 如: 三星、LG、东芝、松下和夏普公司正加紧步伐, 制造LED灯具。当生产LED光源所必要的原材料, 需求不断增大, 扩展到供应链时, 这些公司的优势就会显现出来。亚洲是世界最大, 增长速度最快的光源市场。所以, 重心位于亚洲的公司在LED灯的普及应用上将会处于有利位置。

### 全球LED生产线分布

Region/Year	2007	2008	2009	2010	2011
Americas	3	3	3	3	3
China	17	21	23	28	36
Europe&Mideast	2	3	3	4	4
Japan	10	10	10	11	12
S.Korea	8	8	9	9	9
Taiwan	28	32	35	37	38
SE Asia	1	2	2	2	3
TOTAL	69	79	85	94	105

### LED产品所属灯泡、灯管行业买家询盘分布



## 家居装修新流行 灯饰也流行低碳环保

如今各种家居装修都讲究一个低碳环保的概念, 然而合肥的各个家装行业也都纷纷打出了低碳环保的旗帜。在大趋势的推动下, 五花八门的家居灯饰也开始了低碳流行。

照明油灯走入电灯时代, 毫无疑问是人类现代文明历史上浓墨重彩的一笔, 而随着现代经济生活水平的快速发展, 一灯一泡、一泡一室的照明方式早已与现代装修、家具、家电脱轨, 而时尚、装饰、实用型的现代各式灯饰, 迎合人们追求时尚、特色的消费需求。在这样的条件下, 灯饰行业迅猛发展, 成为现代家居、装修主流建材产品。

自2005年起, 时尚、个性的灯饰充斥市场, 让许多追求潮流的消费者纷纷兴奋不已。灯饰城、灯具专卖店在国内各大城市大批量兴起。

随着LED照明的快速发展, 节能、健康、智能、装饰、实用于一体的灯饰照明模式将会越来越受欢迎。特色、创意的灯饰不仅融合了现代客厅、卧室、厨房的装修风格, 更通过其艺术性、风格化的造型, 成为集装饰、照明于一体的现代电器家具。例如, 欧式灯, 不仅平添室内豪华、高贵的气质, 更通过不同色彩、不同明亮的灯光, 为现代晚餐、party提供风格化的灯光氛围。2011年低碳经济成为各个行业的发展趋势, 而照明不仅关系日常生活, 随着LED灯具照明的快速发展, 节能灯泡、灯珠纷纷出现市场, 整体智能化、人性化的遥控控制, 充分保障灯光合理利用, 充分结合经济、节能的节能减排、绿色照明的照明理念。

## 广东省 LED光源标准化技术委员会宣告成立

日前, 由广东省东莞市质量监督检测中心与广东省标准化研究院联合筹建的广东省LED光源标准化技术委员会 (下称委员会) 在东莞正式宣布成立。该委员会将致力于LED照明产品相关标准和检测方法的研究, 制订广东LED光源行业的行业标准等工作。

委员会聘请了著名物理学家、中科院院士、半导体光源产业的创始人之一甘子钊担任主任委员, 广东省LED行业产学研联盟主席王钢教授任副主任委员, 飞利浦、欧司朗、等大企业的技术专家任委员。

目前, 委员会已构建了广东省LED标准化技术体系。根据这一体系, LED光源产品标准共分四大类: LED光源产品标准、LED显示标准、LED器件标准、其它LED产品标准。其中, 《太阳能路灯》省地方标准的草拟将摆到首位, 委员会希望企业能参照这一体系, 再根据自己的实际情况, 参与到各领域的

产品标准建设中。委员会还将对涉及LED国际、中国国家、LED行业标准在企业中做广泛宣传, 同时组织收集和分析国际标准或国外先进标准的发展动态, 使全省LED产业实现公共资源的低成本共享。同时, 委员会将承担LED路灯节能认证、半导体照明应用工程产品检测等产品质量标准评价方面的工作。

另外, 由东莞市质检中心筹建的广东省半导体光源产品监督检验中心 (广东) 即将建成并投入使用, 检验中心将提供半导体照明、LED照明、LED显示器等领域的检验, 预计2011年六七月份, 企业就可以在这里进行检测。

# 设计无限大 未终结的完美

## ——日本著名照明设计师中川卓士

译/王娟

2011年阳春三月，中川卓士因为莹辉集团与日本大光电机株式会社的战略合作升级，来到了中国上海。中川先生二十多年丰富的照明设计经验，为莹辉集团设计部注入了非同一般的活力与生机。同时，他也表示在莹辉工作的七个月里，深深的感受到莹辉集团“创新、诚信、和谐、感恩”企业文化，无处不在的积极向上、勇于创新的人文精神。通过分享中川先生在照明设计领域的心路历程将带给我们新的启示、美的顿悟。



中川卓士  
1966年生  
设计专业学校毕业  
1989年-如今 照明设计师  
主要公共会馆、酒店、  
商业设施的室内、室外的照明设计  
2002年日本照明学会关西照明奖  
2006年日本照明学会照明奖

Y=《莹在路上》 Z=中川卓士

Y:从您的履历表上看到您已经从事照明行业长达20多年。那起初,是什么样的契机让您选择了照明设计这个行业,而又能如此执着于照明设计呢?

Z:事实上,毕业当时也是相当犹豫的。毕竟在日本这样的国度里,一朝选定的职业将定格一辈子的事业,把人生的大部分时间奉献在工作上也算是日本的一种文化吧。所以,工作的选择是一件非常谨慎的事情。

不过,从小学时候起,我就梦想着能够从事设计方面的工作。因为设计是一项蕴涵着无限可能性的工作。举个例子来说,像生产制造组装类的工作,只要完全按照设计图去做,基本上就可以说是完美地完成了工作。但是在设计的领域里,不存在完美这一概念。换句话说,设计这一项工作里包含着无限发展提高的空间。

至于为什么选择了照明设计这一个方向,是因为照明设计是个十分具有社会意义的工作。现在照明设计的重要性非常高。比方说,如果在一个高级的国际酒店里使用白色荧光灯进行照明设计的话,这个酒店说不定会因此而倒闭。照明的氛围的好坏,直接关系到事业主体的发展。从这个角度来讲,它是一个很有价值的工作。

Y:正如您所说设计师一项蕴涵着无限可能性

的工作,那就决定了设计必然是一项相当复杂、辛苦的工作。您是否也觉得疲惫、厌倦?有的设计师因为不堪忍受辛苦或者别的原因放弃了设计改行做其他工作,您怎么看待?

Z:要说累的话,不光是设计工作,其他任何工作都是会很累的。但是,我们也可以这样去想:越是困难的工作越是具有社会意义,越是值得用心去做。简简单单就能完成的工作,即使完成了,所能感受到的喜悦也是很少的。可能不少人觉得做设计就是在环境幽雅的办公室里做事情,但实际上,设计的工作还包括面对客户的营业、建筑现场的工作等等,在办公桌上绘制图纸不过是设计工作的一部分。

另外,在设计界,要做到能够独当一面,至少需要10年左右的学习和经验积累。也就是说首先需要努力十年。而有些工作即便是花费了十年,也还达不到能够独当一面的程度。十年不能说是很长。如果想在五年内获得十年的成果,那么每天两倍地努力工作就好。设计行业竞争十分激烈。如果没有这种觉悟,是不适合从事设计行业的。

很多年轻人立志成为设计者,但是却又中途放弃掉。就我看来,这些人可能并非真的喜欢设计的工作。说得过分些,放弃的人越多,留下的人的竞争压力其实就越小。设计是一份很有干劲的工作。而我们作选择的

时候,需要仔细想想自己到底想成为哪方面的人,决定了之后,然后好好努力。

莹辉聚集了很多优秀的灯具设计者以及照明技术者。当前,经济水平不断提高,消费者对于品质以及设计的追求意识也会越来越浓厚。在这样一个发展的大环境中,莹辉的优势一定会越来越明显。

Y:设计出一个好的照明方案对于一个优秀的设计师来说,应该可以与中了1000万那种喜悦相媲美吧,那么您在摸索设计过程中,您觉得什么最重要呢?您的设计理念是什么呢?

Z:一个大型的建筑物,从构想阶段到最终的完工,大概需要五年左右的时间。克服种种困难,最终完成的时候,那份感动可想而知。尤其是有许多的设计师以及技术者一同参与到一个建筑物的建设,共享这些经验,是一件让人非常难忘的事情。

不过,反省的时候也会有很多。设计没有终极的完美之说,所以常常会反思是不是这样做的话会更好呢?另外顺利完成时,感动自然是有的,但更多的可能是一种安心感。从这个方面来讲,设计师的日常工作就是在不断为感动和反省所左右的情绪中,又继续揭开下一个工作序幕的循环。

我的设计理念就是能够使与该设计主体相关的所有人得到满足。设计师的设计目的



图一:大阪一心寺01

并不就是要做出美观的设计，能够使建筑物所承载的事业达到成功才是最大的目标。设计不过是实现这一目标的重要的道具。因此，设计必须满足来访的客户，店铺运营者以及业主等各方面的需求。具体来讲，需要在考虑地球环境的前提下，进行低成本、易维修的照明计划。并且在设计中能够提供符合场景的氛围。莹辉通过开发高品质的节能照明灯具，特别是LED照明灯具，构建起来的系统应该能够很容易地实现上述目标。从这一点来讲，莹辉对我而言，是实现我的设计理念的一个强有力的合作者。这也是相当重要的一个方面。

Y:您的设计理念一定支撑您做出了很多成功的设计方案，介绍一下您最满意的作品。

Z:遗憾的是，我对自己所有的作品都不尽满意。无论自己的作品得到顾客何种高度的褒奖，对我而言最满意的作品永远是下一个。如果非要万里挑一的话，可以介绍一下：某寺庙的照明案例（见图一）。这张照片所呈现出的场景是位于地下的集会场所的走廊。从照片上看，仿佛门外有光线照射进来。实际上这是荧光灯所营造出来的照明效果。对于地下建筑而言，处理阴森的气氛是一个重点，通过使用荧光灯照射到玻璃材质的墙壁上，营造出清爽的氛围。为了方便更换光源，在墙壁下面做一个可抽式式的灯框，灯框内并排放置5根荧光灯管，这样光源更换也比较方便，不仅将建筑物的美丽呈现出来。同时，还能弥补建筑物的某些缺陷。照明设计师的工作不仅仅是设计灯具和布灯，更重要的是从室内设计的角度出发和设计师一同协作营造出各种各样的空间效果。

Y:除了上述寺庙的作品，相信您还有很多优秀的照明设计。据了解，您做过很多酒店的照明设计。作为设计师想要去满足一个人很简单，但是要满足一个群体就很难，而酒店面对的除了业主一个人，也有消费者这样的群体，您如何看待？

Z:这个问题比较容易解决。

设计中包含着个性，不可能同时满足地球人所有的人。但是，就酒店来讲，各个酒店有自身很明确的理念，顾客的喜好也是大体稳定的。所以，根据顾客的喜好来设计的话应该不是什么难题。而且，如果能够让客户满意的话，那么就能招揽来更多的客户，这样一来，业主也会满意。顾客和业主的利



图二：大阪Bell Classic

害关系是一致的。在任何一项事业里都是如此，问题只在于如何低成本地去实现这一目标。在这一点上，莹辉能够提供节能低价的照明灯具，也是我今后的照明设计能够得到客户满足的一大武器。

Y:随着各个金融财团的全球扩张，很多品牌连锁量贩、酒店遍及世界各地。那么在不同的国家、不同的区域，照明设计的不同取决于哪些因素呢？地区文化以及经济水平等因素会对照明设计造成什么影响呢？

Z:确实不同的地区、不同的国家民族，对于照明的需求也是有所不同的。例如，同为优衣库的店铺，东京和上海店铺内的照度就相差了200lux。有些国家还在法律上禁止使用彩色照明。事实上，彩色照明在日本也不是那么受欢迎。还有，北欧等寒冷区域，一般办公室的照明基本上都用3000k。另外，

因为各国的建筑特性也不同，比如欧洲有很多就是对无电灯时代开始使用的建筑进行了再利用，这些建筑中，照明灯具的安装，是有很多限制的。（天花是石头，所以无法嵌入筒灯）

所以，要成功地进行照明设计，首先必须对该国的各种情况有所了解。莹辉通过向各国的产品输出，对各国环境相当了解。这一点很多世界大型企业也是很难做到的。这也从一个侧面验证了莹辉的设计能力。

国家地区的文化以及经济水平等因素对照明设计有很大的影响。只就经济水平而言的话，最低标准可能就要谈到有没有照明的话题了。对于这样一些地区，比起质量，低廉的价格更为重要。当然，像莹辉这样提供高品质、优质设计商品的厂家，锁定的目标客户群，已经超越上述情形了。此外，某地域的公共设施（如机场、文化设施等），基

本上都会要求在设计上能够体现一定的文化特征。在这种情况下，就必须对地域文化有一个详细的了解，慎重地处理设计方案。

Y:对于不断学习的设计师来说，您觉得从事设计行业是“术有专攻”还是应该“博学多才”？

Z:这是个难题。有时候，我们事务所里也会讨论这个问题。

但是，最重要的应该是去了解我们的客户最想要什么，然后想办法去实现他们的需求。也就是说，我们需要掌握专业的知识。客户期望我们能够提供照明的专业建议。拥有照明设计领域的专业知识以及经验，是我们满足客户需求的第一步。博学多才可以放到第二步。

确实，在实际的工作过程当中，广泛的知识修养是必须的。比如，客户提出：“希望能打造一间能够品味莫扎特音乐的房间”，如果不懂得古典音乐，是没有办法做出设计的。另外，设计五星级酒店时，如果你没有住过五星级酒店，你可能也无法了解住在那里的客户会有怎样的需求。（见图二）

因此，设计师必须通过各种渠道以及自身的体验来获取信息。在TACT，对于员工的教育，给予了很大力度的投资。

不过，不管怎么说，专业知识的掌握才是最基础的一步。

Y:您到中国工作也有半年之多了，相信您之前对中国有所了解。那么您觉得目前中国的设计界是一个什么样的发展情况，以及您对中国设计市场的前景有何看法。

Z:中国的设计界正在快速地成长。例如北京和上海等大城市，外资酒店及餐厅等比起东京都要多得多。就我所看到的，我感觉比起日本，中国国际化的大都市比日本更多。所以，建设需求也是越来越大的，而建筑设计、照明设计等领域也肯定会有一个大的发展。

另外，在日本，并不太追求设计的多样性，不同的店不同的人追求的形式大都差不多。而在中国则会接触到各种文化和设计，这也是让我的工作更加充满乐趣的地方。

Y:最后，请您谈谈在莹辉工作生活的感受。

Z:很荣幸有机会能够和莹辉照明优秀的设计师在一起工作，这是一件无比快乐的事情。同时能够在发展之势如此迅猛的中国工作，作为设计师而言是一件非常有重要意义的事情。众所周知，中国如今继续延续着高速发

展的趋势。每次走在街上都能够看到很多建筑在破土动工，为了实现美丽的夜景效果各种照明灯具也被大量使用。对于设计师工作而言就是不断创造新事物的过程。我在日本有着长达20年以上的工作经验，如今有幸能获得在中国工作的机会也得益于之前的经验。虽然我对大光和莹辉之间的点点滴滴知之甚少，但据我所知，大光和莹辉20年以前就有过合作而且在这20年之间一直保持着非常亲密友好合作的关系。

大光电机自创立以来已经走过60余载，而里面有1/3的路程是在莹辉的陪伴下一同度过的。

在这一路走来不仅关系更加密切，相互更加信任，理念也开始融合一致。中国虽然有着数不清的照明灯具生产公司，但是很少有与我们公司的想法一致的。那就是轻短期利益，重长期发展，为了建立长期的信赖关系，必须从公司经营、产品质量、人员素质上着重抓起，并重在维持。

就我看来，莹辉的员工是非常优秀的，他们不断创新、革新、继往开来。这也是我们的合作伙伴关系一直延续至今的根本，也是我今天很荣幸在这里的原因。



- 1 2 1.岐阜世界淡水鱼园
- 2.大阪一心寺02
- 3 3.福井AOSSA



## 艺术与生活的统一

——专访家装设计师刘炳琦



刘炳琦  
高级室内设计师  
青岛啤酒地产控股有限公司

1. 您是怎样的机缘选择了室内设计这样的职业？您最大的优势是什么？专业技能更偏重于什么？是家装吗？如何使得自己的职业生涯走得更广阔？

从小就学习美术，喜欢画画。高考前期对几个专业（工业设计、装潢艺术设计、环境艺术设计）的概念有了初步的了解，自己更偏向于环境艺术设计。进入高校学习后，在景观与室内设计专业的学习过程中，对室内设计更有兴趣。通过本科、研究生阶段的系统学习，自己对室内设计有了较深刻的理解。在制定职业生涯规划中，明确了将来走室内设计的道路。个人最大的优势在于对空间尺度感、透视关系、空间功能划分及材料和色彩的搭配。专业技术更偏重于方案设计、现场管理。家装与工装都有在做。

首先，在实际工作中，通过问题找解决思路，积累经验；其次，不局限于某一方面的设计，拓展自己的设计思路；最后，通过学习、多学多看，提高理论并吸取优秀作品的长处。

2. 现在有一些设计师，喜欢讨论风格，我不知道您对风格这个问题怎么看？你个人的设计风格倾向如何？

对于这个问题，我也曾与导师讨论过。我个人观点是作为一个设计师，谈风格可以，但是不能牺牲空间的功能要求。我认为设计的本质是艺术与功能的结合。只谈风格，不重功能，是不能称其为一个好的室内设计作品的。室内设计也应以人为本，源于生活，高于生活。

我认为个人的设计风格会受户型空间、功能性的影响而不同。我更倾向于艺术与功能的结合。



3. 在甲方没有主见，没有想法的情况下，你如何去设计方案？

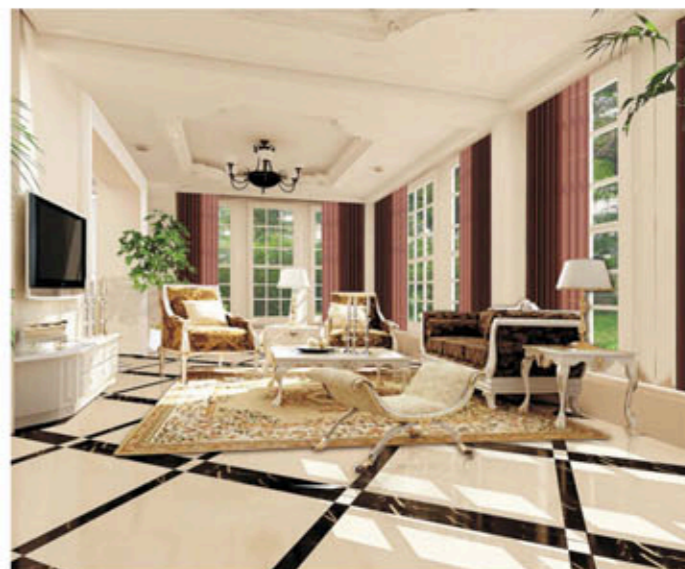
首先，我会先自己研究一下提供的户型平面图，确定户型的形状、尺寸等，结合项目建筑外立面的风格特点考虑。如果只有一道两个样板户型，可以根据整体项目的受众群体定位，以人为本，尊崇艺术与生活的结合来设计。



4. 你对于欧式家装设计的看法？（可以从古典欧式、欧式简约的风格上面说，包括整体结构、软装配饰等）对于喜欢欧式家居的客户有什么样的建议？

欧式家装适合在户型开间及进深较大的空间中存在。现在比较流行欧式简约风格。设计风格的体现也主要从装饰手法、装饰构件（线角、柱式）、家具等方面。欧式风格的室内设计往往在装饰效果上比较突出，但在实用性等方面就稍逊一些，适合追求高贵华丽的受众群体。在室内陈设方面，多以花纹比较繁缛、颜色高贵的金色等为主。

首先，不是所有的户型都适合设计成欧式风格。其次，欧式风格的体现可以更多地关注在软装配饰方面，如家具、灯饰、布艺等，也可以营造出比较欧式的氛围。不论是什么风格，我们还是应注重艺术与生活的统一。



## 新店开张快讯

Open News

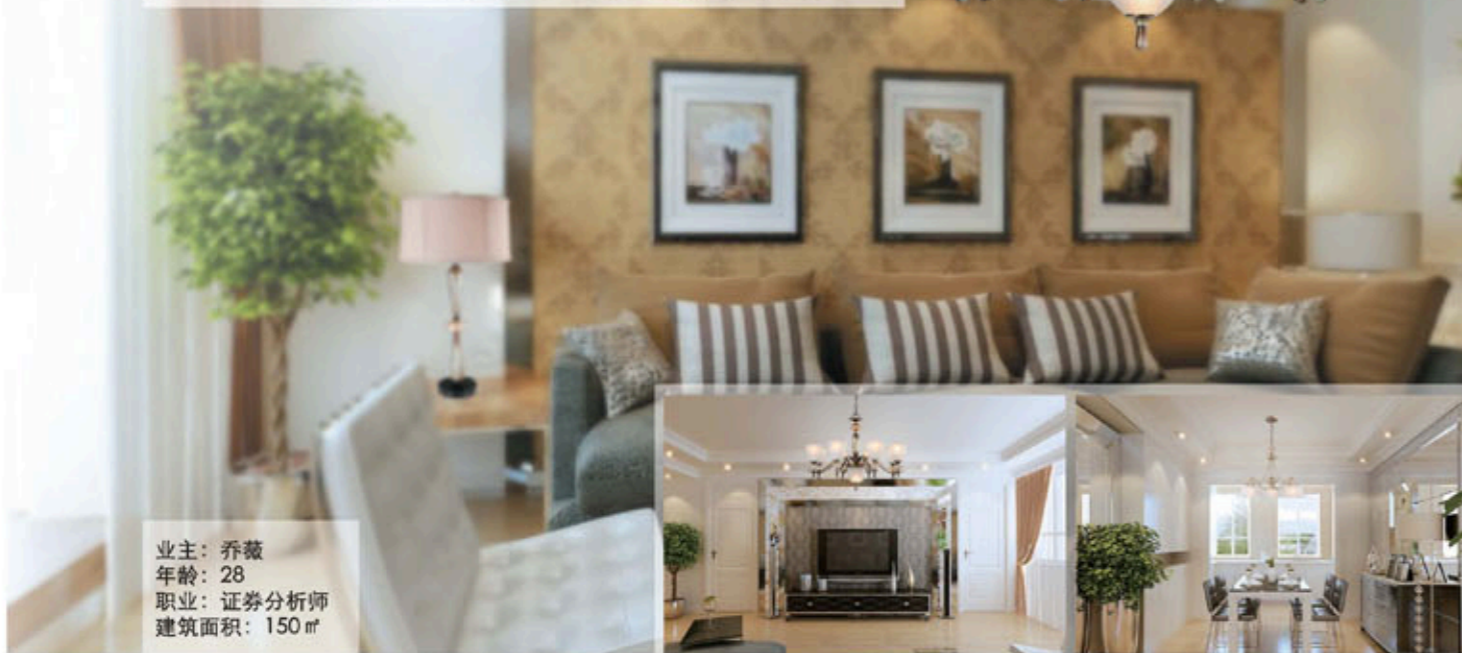
百得诗特又添新成员啦！

太原思孚店、福州斯莱特店、广州金煌店、温州北京十里河灯饰店、杭州美家美华店、鞍山博华店、玉溪光影灯饰店、济宁红星美凯龙店、成都东阳光彩北富森店、无锡魔法空间、曲靖飞亚南城店、天津金都店、天津博泰二店、常熟百得诗特店。总计14家店。

热烈祝贺以上专卖店隆重开张！销售业绩蒸蒸日上！



# 穿越时空的 80后欧式混搭派

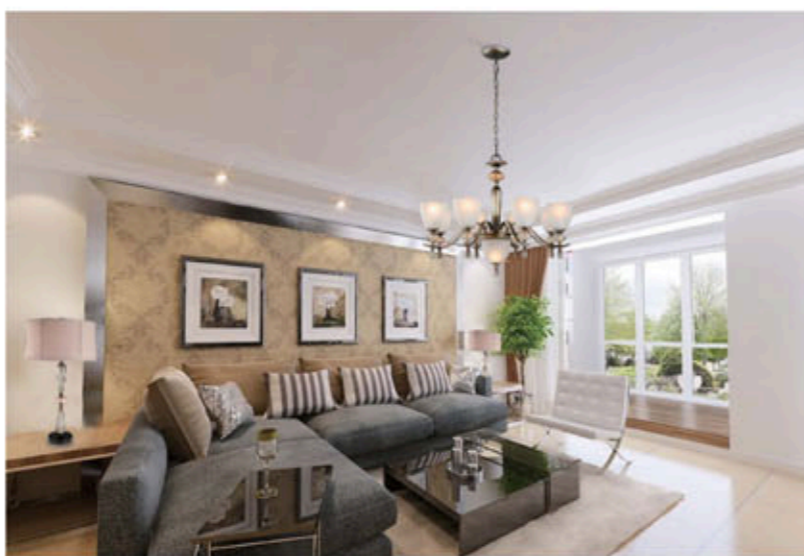


业主：乔薇  
年龄：28  
职业：证券分析师  
建筑面积：150㎡

每当忙碌过后，最幸福的时刻就是享受家的安全、静谧、舒适。家是一个释放真我和创造情调的舞台，家应该充满温馨和浪漫的氛围，更要有自己的时尚和品位。

我是一个恋家的人，对于家的光线设计，我既注重整体效果，也注重局部的搭配，希望自己的小窝精致中充满个性，唯美中展露婉约。每个周末在家，客厅活动几乎占了我的大部分时间。我会躺在沙发上看部电影，或许是《茜茜公主》这样的欧洲宫廷经典老片，又许是冒险奇幻的《加勒比海岛》。累了就躺在沙发上看欧洲文艺小说，翻翻时尚设计杂志。时间长了站起来浇浇修剪下我的绿色植物，清新怡人，养眼怡心。

平时穿梭于钢筋混凝土、川流不息的人群、车群中，对于嘈杂混乱的世界只剩包容。但能够在自己温馨的小家完全放松，也不惜反复穿梭在各类家居建材市场，费尽整整三个月的时间全力打造我的欧式风情小屋。你在这里可以看到我对于欧洲的记忆，充满藤蔓崇拜的欧式花纹壁纸，刻意模仿莫奈荷花神韵的印象派油画，王宫大殿里仰望的古典大吊灯，仿佛隐约寻觅到小时候读童话时，对王子、公主幸福美好生活的那份向往。



碰上特殊的日子，邀上三五姐妹淘来家里喝个下午茶，莺莺燕燕打发整个午后时光。有时候我们会在餐厅分享那厨房达人嘉嘉做的小点心。餐厅的灯光需要营造和谐甜蜜氛围，以温馨和暖的黄色为基调，顶部做了简单的吊顶，中间继续悬挂我的最爱——百得诗特欧式吊灯。实用之余不乏情调，让人感觉舒适和恬静，适度的装饰使家居不缺乏时代气息，使人在空间得到精神和身体的放松，并紧跟着时尚的步伐，也满足了现代人混搭的乐趣。☺

BRIGHT LED PRO  
莹辉照明

## LED教室



逐渐增多的LED灯具，和传统光源使用方法不同，不会让您觉得困惑吗？那就让我们来实际验证一下，然后将用法介绍给大家。

### 第一课：户外庭院LED照明解决方案

方案说明...

庭院构成：

- 榕树 (H=2000)
- 木贼树 (H=900)
- 苔藓，凤尾草之类
- 白色碎石
- 黑色碎石
- 墙壁 (H=2600)

在翻新开放的户外进行试验!!

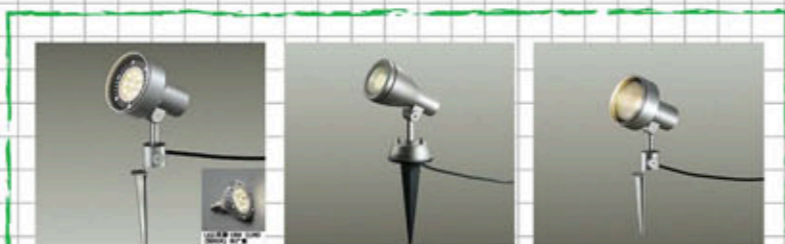
>> LIGHTING CORE OSAKA

>> 光源和配灯方法不同，夜间景观照明的效果也会不同，比较一下它们的差异

**试验① >> 射灯从下往上照射**

不同光源的照明方案，使得树木被照射的形态以及留在墙壁上的阴影等特征都不相同。

图中使用的灯具是这些！



LED光源 13W (E26)	25W (E26)	110V/75W-110V/150W (E26)
<ul style="list-style-type: none"> <li>压铸铝 亮银色</li> <li>直径Φ130 长180 高265 配孔距180mm 2.1kg</li> <li>射灯5°可调</li> <li>灯头可向上90° 向下10° 旋转360°</li> <li>输入电压220V</li> <li>不可与荧光灯共用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>压铸铝 亮银色</li> <li>直径Φ135 长195 高275 配孔距190mm 2.1kg</li> <li>射灯5°可调</li> <li>灯头可向上90° 向下10° 旋转330°</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>压铸铝 亮银色</li> <li>直径Φ130 长180 高265 配孔距180mm 1.8kg</li> <li>射灯5°可调</li> <li>灯头可向上90° 向下10° 旋转360°</li> </ul>

LED光源 (13w)      球泡型荧光灯 (25w)      白炽灯 (100w·聚光型)

LED :



荧光灯 :



白炽灯 :



**确认！**

有无墙壁的照明效果（如图示）

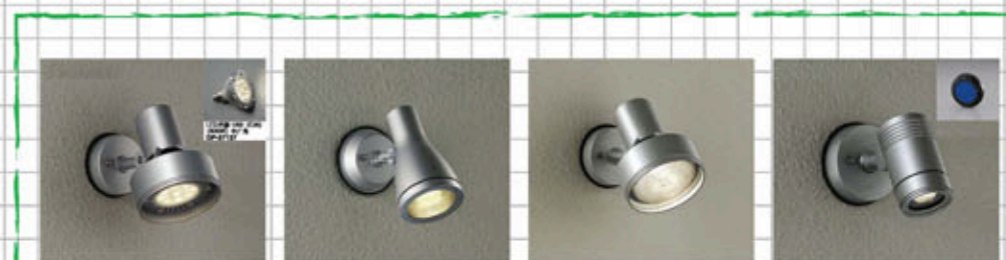


**试验② >> 从窗户上打出射灯**

光源的位置一改变，氛围和照度也会发生改变。和从下往上照时的情形比较一下。



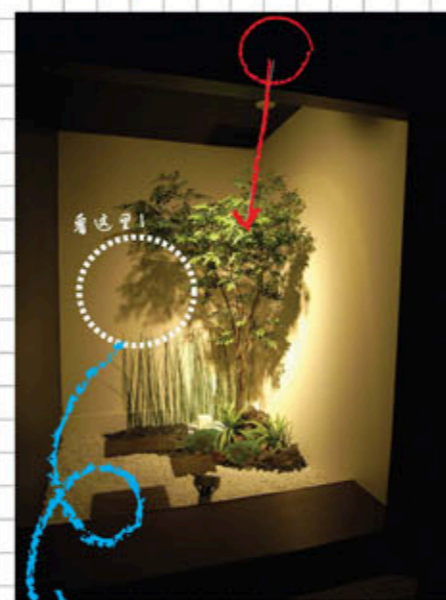
图中使用的灯具是这些！



LED光源 13W (E26)	25W (E26)	110V/75W-110V/150W (E26)	LED 8W (E11) DECO-L
<ul style="list-style-type: none"> <li>压铸铝 亮银色</li> <li>直径Φ130 长180 高265 配孔距180mm 1.8kg</li> <li>射灯5°可调</li> <li>灯头可向上90° 向下10° 旋转360°</li> <li>输入电压220V</li> <li>不可与荧光灯共用</li> <li>射灯可调功能 (DCL-07640)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>压铸铝 亮银色</li> <li>直径Φ135 长195 高275 配孔距190mm 1.8kg</li> <li>射灯5°可调</li> <li>灯头可向上90° 向下10° 旋转330°</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>压铸铝 亮银色</li> <li>直径Φ130 长180 高265 配孔距180mm 1.2kg</li> <li>射灯5°可调</li> <li>灯头可向上90° 向下10° 旋转360°</li> <li>射灯可调功能 (DCL-26633)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>压铸铝 亮银色</li> <li>直径Φ85 长134 高148mm 1.0kg</li> <li>10VA</li> <li>射灯可调功能 (DCL-26633)</li> <li>射灯可调功能 (DCL-26633)</li> </ul>

LED光源 (13w)      球泡型荧光灯 (25w)      白炽灯 (100w·聚光型)      LED光源 (8w·中角) + 彩色透光片

LED :



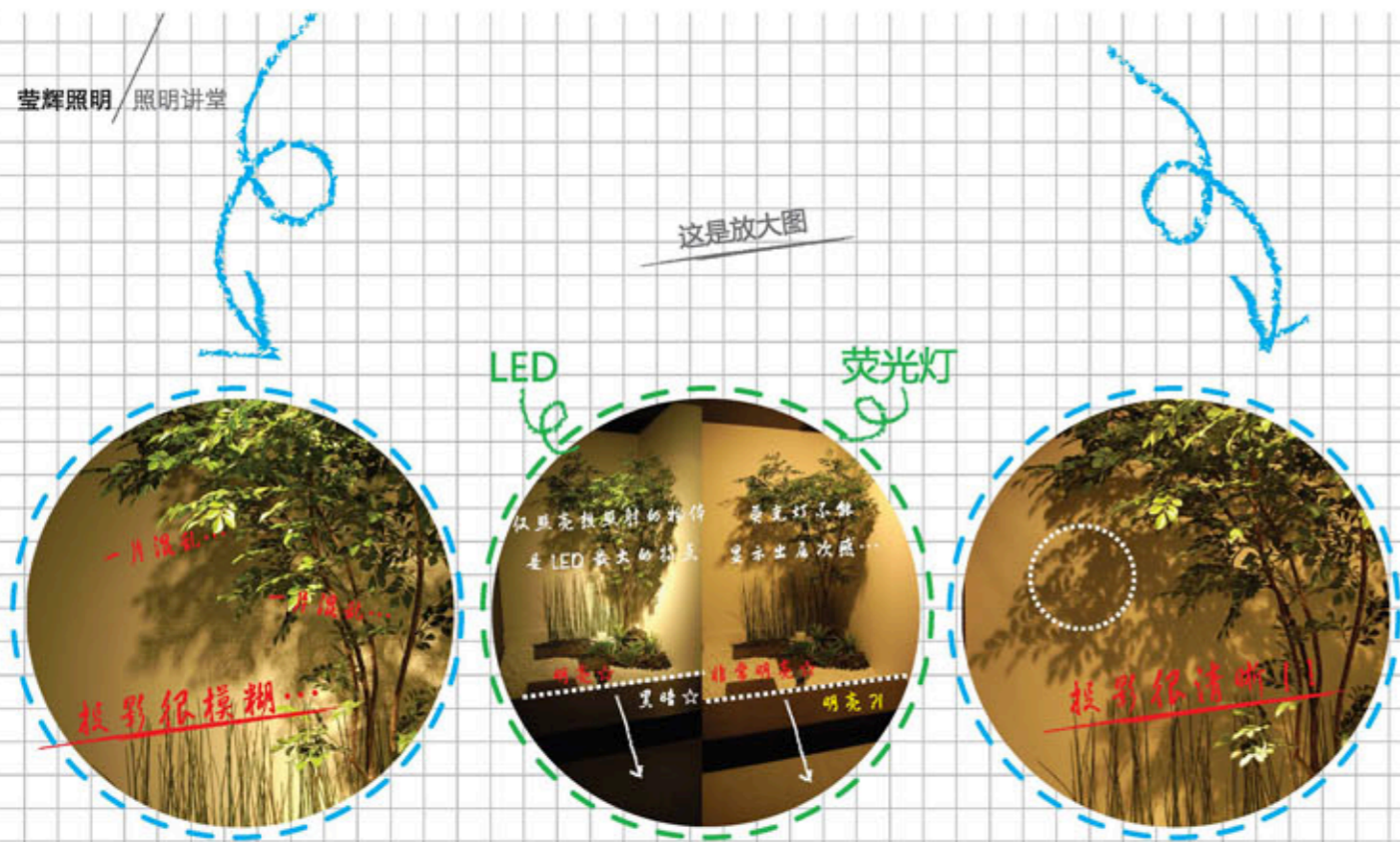
荧光灯 :



白炽灯 :



下一页有放大图



### 试验④ >> 使用间接照明

间接照明做出来是这样的投影效果...  
如果有适合安装间接照明的位置时,可以试试。  
但要注意施工方法。

图中使用的灯具是这些!



LED [L518 ~ L1498] (15w ~ 45w)

LED (8w)

### 试验③ >> 使用彩色滤镜, 很容易做出彩色照明效果!

LED:

像沐浴着月光一般, 很有情调。想让庭院呈现出个性时, 可以试试。



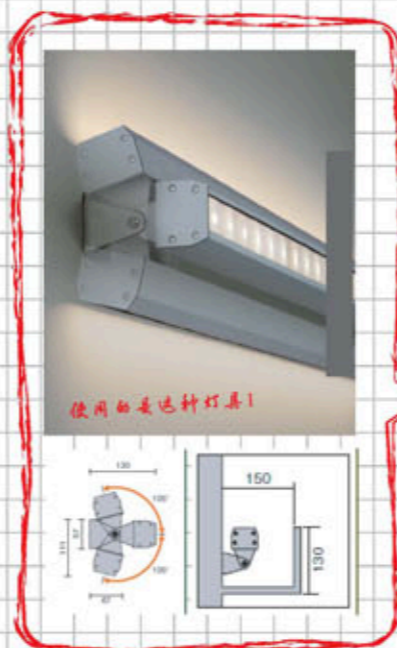
温馨提醒...



安装高度是重点!

LED:

LED:



使用的是这种灯具!



树枝微微地明亮☆

打扫干净以随落叶覆盖光线!



树木的影子映在了墙上☆

户外照明注意事项

用各种方法试试看，记得分享照片哦！★



>> 把上述几种检测放在一起比较一下



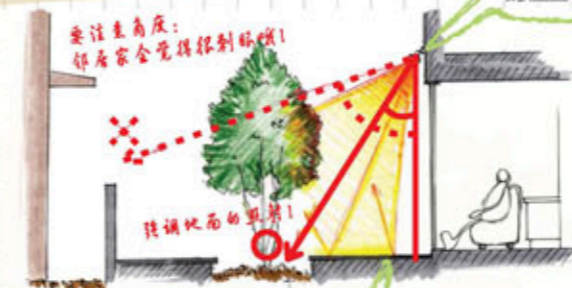
结论！

不同的光源，配光完全不同，所以要根据实际情况需求选择光源！

LED光源能非常有效地实现重点情境照明。

此外，需要注意安装位置的选择！

从上往下照时！



从能够高效地实现照射效果的位置，照向树木和地面

但是！！

注意安装位置！

地面比较亮，从房间向外看时，又有空间的延伸感！

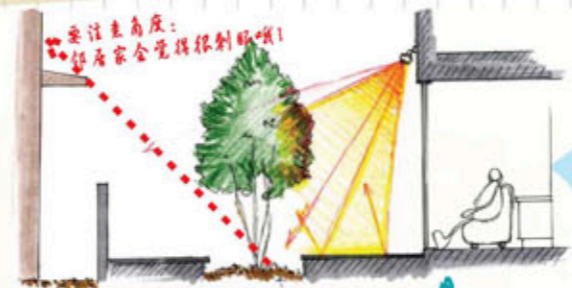
安装在门窗上

安装在侧墙



从房间向外看时，户外显得很明亮，被照射物显得很漂亮！

从下往上照时！



有无墙壁很重要！！

有墙壁时

无墙壁时



背景墙以及地面不够明亮的话，就不会有空间的开阔感，延伸感！

斑驳的光影洒落在露台上，又是一番值得欣赏回味的美景！

使用草坪灯时！



要注意不要给邻居造成光污染！

和邻居挨得比较近时，照明也需要有个限度

照亮墙面，让庭院更具空间感！！